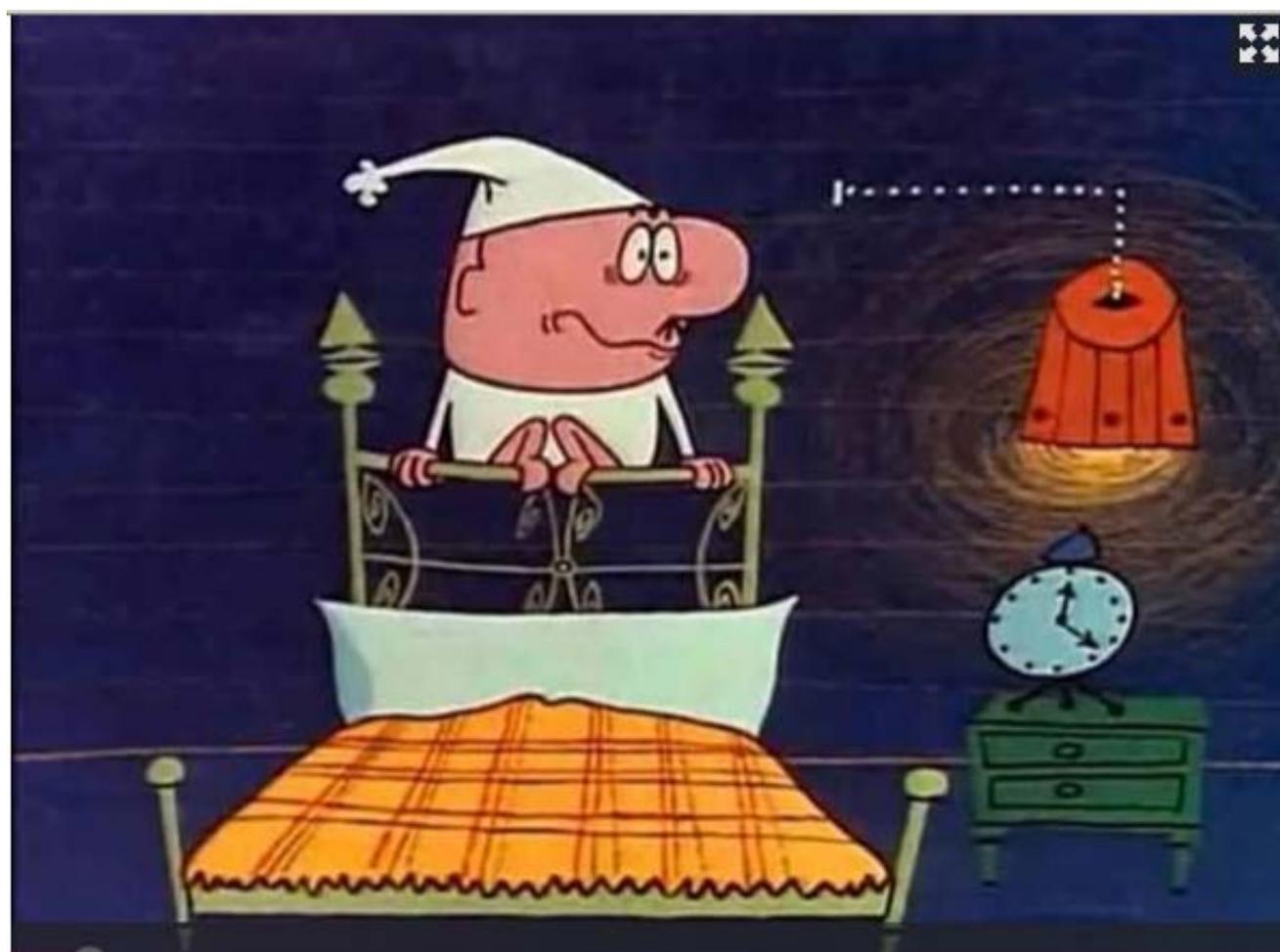


IL LIBRO

I Signor Rossi dal boom a Facebook

Il volume di Nando Pagnoncelli sulle «mutazioni» degli italiani

di Simone Bianco



Nando Pagnoncelli, per una volta, fa a meno dei sondaggi per spiegare gli italiani. In «Le mutazioni del Signor Rossi - Gli italiani tra mito e realtà» (edizioni Edb, 216 pagine, prefazione di Giovanni Floris) tenta un percorso diverso, che dall'Italia del dopoguerra porta fino a oggi, tra social network, crisi della politica e incertezze socio-economiche. Per rappresentare l'italiano medio, il sondaggista bergamasco, presidente di Ipsos, ha scelto il Signor Rossi, il personaggio di Bruno Bozetto.

Il Signor Rossi è invecchiato meglio dei politici che lo rappresentano?

«Non do giudizi, ma provo a raccontare quello che sta succedendo. Sottolineo come ci sia una sostanziale somiglianza tra la società e la politica italiana. Negli ultimi anni assistiamo a una presa di distanza in cui alla politica vengono addossate le responsabilità di ogni male: ma la politica rappresenta quello che siamo, i cambiamenti del Paese».

È un modo per richiamare ciascuno alle proprie responsabilità?

«Esatto, questo è il filo conduttore. Si è detto che Berlusconi abbia cambiato il Paese, in realtà le analisi fatte con i sondaggi ci dicono che quella vicenda politica non ha fatto che adattarsi ai valori degli italiani. Io vedo il pericolo che questo continuo attribuire colpe alla politica e la costante presa di distanza dalle classi dirigenti, anche economiche, non ci porti lontano. La nostra insoddisfazione ci dovrebbe portare davanti allo specchio».

Il libro cita clamorosi cambiamenti d'opinione, registrati dai sondaggi, in questo senso.

«È il caso del voto di preferenza: tutti lo rivendicano e ne chiedono l'introduzione nella legge elettorale. Poi però, quando si scopre che "Batman" Fiorito nel Lazio prese 27 mila preferenze, ci si interroga e molti cominciano a dire no alle preferenze. Lo stesso vale per il concetto di concertazione, che viene descritta come un valore, poi però si chiede con forza che qualcuno prenda decisioni nette e veloci. E la politica non sa come comportarsi, insegue i continui cambi di posizione della pubblica opinione e non è più in grado di guidarla».

C'è un'inversione dei ruoli tra politica e pubblica opinione?

«Sì, il pifferaio magico oggi sono gli elettori, non più i leader politici. Non c'è più la capacità di condurre un progetto complessivo a medio-lungo termine, si insegue il consenso immediato, in un Paese in continua campagna elettorale. Sarebbe necessario che la politica ritornasse al proprio ruolo».

I social network hanno complicato le cose.

«Sì, hanno cambiato il mondo, il rapporto tra cittadini e informazione e tra cittadini e politica. La crisi della carta stampata è l'elemento più preoccupante, perché il cittadino non ha più chi lo aiuta ad avere una gerarchia tra le notizie e ad avere un riferimento con cui confrontare le proprie opinioni. Internet ha generato la presunzione in molte persone di sapere tutto su qualsiasi argomento. I social hanno azzerato le distanze tra gli elettori e i politici, che perdono autorevolezza. Lo stesso vale nei rapporti famiglia- scuola, ad esempio. Non sono un nostalgico del buon tempo andato, ma è importante che le competenze di ciascuno vengano riconosciute, altrimenti la società subisce un impoverimento. I giovani sono più esposti, hanno grandi opportunità ma se il riferimento principale della conoscenza è Google, scuola e famiglia perderanno sempre più le loro funzioni, fondamentali per la società».

21 novembre 2015 | 12:41